

Шпір М.Ф.,
аспірант,
Гурова В.Р.,
студентка,
Івановська А-С.А.,
студентка,
Шульган А.Р.,
студент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДОТРИМАННЯ ВИМОГ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГІДНОЇ ПРАЦІ У БІЗНЕСІ

and similar papers at core.ac.uk

provided by Institutional Repository of Vadym Hetman Kyiv

ності стабілізації будь-якої методологічної традиції, чіткості вимірів соціально-економічного руху, формалізації і конкретизації оцінок постійно еволюціонуючих феноменів, встановлення реалістичних закономірностей [5—7].

Глобальні виклики сучасному бізнесу передбачають необхідність реалізації комплексних інноваційних кроків, які часто заперечують можливість отримання високих економічних результатів за дотримання принципів соціальної відповідальності, забезпечення гідних умов праці для співробітників. Достатньо поширеними сьогодні є декларації про те, що знижується потреба у праці, розмиваються межі між роботою та вільним часом, слабшає зв'язок між роботою та оплатою праці, а прийдешня хвиля автоматизації кардинально знизить обсяг необхідної роботи — необхідної не тільки, щоб вижити, а й щоб забезпечити всім гідне існування [2].

Цілком справедливими за такого контексту вбачаються твердження, що повноцінній реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесом заважає відсутність достатньо переконливих підходів щодо обґрунтування не лише репутаційної, але й економічної ефективності відповідних стратегічних орієнтирів, можливості отримання значущих прибутків у короткостроковій перспективі. У багатьох дослідженнях економічна результативність свідомо і принципово не передбачається. Відсутність дієвих сти-

мулів з боку суспільства, широкі можливості зменшення прозорості і контрольованості господарської діяльності, відчутності різниці у споживчих властивостях пропонованих ринку товарів і послуг, на фоні вимог споживачів до цін, — причини заморожування ситуації на рівні закликів і гасел [8].

Серед найбільш прогресивних і перспективних підходів щодо розв'язання зазначених вище проблемних питань доцільно виділити методи оцінювання реальних опціонів [3, 4], які дають достатньо задовільні результати в межах методології забезпечення сталого розвитку. Конкретизуючи оцінки потенціалу можливостей, які однозначно корисні для підприємств, проте додатково формують базис успіху в реалізації проривних сценаріїв розвитку, вони утворюють основу для відносно точного і правильного визначення результативності реалізації принципів соціальної відповідальності в сучасній економіці.

Окремо слід відзначити принципову важливість дотримання коректної розмірності в оцінках різних за природою і характеристиками явищ і процесів, що суттєво підвищує їх точність і прогностичну цінність.

Зокрема, це стосується перспектив інноваційного розвитку на різних часових горизонтах із застосуванням підходів концепції постійного вдосконалення бізнес-процесів, де заходи соціально-відповідального маркетингу виконують роль одного з драйверів загальної синергії ефектів господарювання. Іншим важливим вектором є нейтралізація системних обмежень простого нарощування показників, коли соціальна відповідальність безпосередньо стає запорукою успішної реалізації концепції сталого розвитку. Тут формування нових стандартів функціонування бізнес-систем створює передумови отримання стабільно високої доданої вартості підприємствами, залучення зовнішнього фінансування на вигідних умовах, вагомі конкурентні бар'єри. Компанії інвестують у реальні опціони, зберігаючи стратегічну гнучкість при реалізації певного набору ймовірних і привабливих сценаріїв [1].

Література

1. Кадровый переворот в АТ&Т. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/upravlenie-personalom/a18433/>
2. Конец капитализма уже начался. Что дальше? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tema.in.ua/article/10597.html>
3. Метод реальных опционов в управлении инвестициями. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isa.ru/proceedings/images/documents/2008-37/122-144.pdf>

4. Модель реальных опционов в инвестиционном анализе. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isa.ru/proceedings/images/documents/2007-30/95-112.pdf>

5. Пять причин сказать «нет»: как отказы помогают в бизнесе. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ideanomics.ru/articles/6701>

6. Уйти в подрыв: четыре причины использовать теорию подрывных инноваций. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/p18631/#ixzz4dGITESpg>

7. *Шафалюк О. К.* Проблема динаміки і перспективи у розвитку маркетингу і маркетингових досліджень / О. К. Шафалюк // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць. — К.: КНЕУ, 2011. — С. 418–430.

8. *Шафалюк О. К.* Соціальна відповідальність у забезпеченні конкурентоспроможності, комунікаційної і комерційної ефективності комплексу маркетингу / О. К. Шафалюк // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. — К.: КНЕУ, 2014. — Вип. 32. — С. 38–45.